

L'azienda Pieralisi può essere considerata una tipicità della media impresa italiana: fondata nel 1888, è giunta ora alla terza generazione, e la quarta ha già assunto un ruolo all'interno dell'azienda stessa. Nata come officina meccanica nei pressi di Jesi, nel secondo dopoguerra sviluppa un'attività specializzata nella produzione delle prime macchine olearie, mettendo a punto negli anni '60 il primo decanter per la lavorazione in continuo delle olive,

Meno incertezza con globalizzazione e brevetti

La scelta di diversificare il settore industriale è stata un'opportunità commerciale colta in relazione alla specificità dei macchinari che venivano prodotti e che, allo stesso tempo, ha permesso di svincolare l'impresa dalla stagionalità del settore olea-

anche grazie alla forte capacità innovativa, di raggiungere un fatturato globale di 120 milioni di euro e di contare su 620 addetti nei 18 insediamenti produttivi e commerciali in tutto il mondo (Italia, Spagna, Grecia, Germania, Paesi Bassi, Brasile, Cina, Tunisia, Francia e Usa), 26 mila clienti diretti e numerosi brevetti registrati, frutto

Rischi geopolitici in primo luogo: le rivoluzioni e le guerre che hanno interessato e interessano il bacino del Mediterraneo, tipicamente votato alla produzione dell'olio d'oliva, hanno avuto un grosso impatto sul gruppo, primi fra tutti la Siria e la crisi economica greca. Anche l'introduzione

LINEE GUIDA *per* CONTENERE LE MINACCE

Azienda meccanica specializzata negli impianti oleari, Pieralisi sviluppa attività di monitoraggio e prevenzione nelle aree di esposizione al rischio tipiche del business in cui opera e generate da una presenza a livello internazionale. Riuscendo così a estendere la direttrice di controllo anche ai suoi 18 insediamenti produttivi e commerciali in tutto il mondo

di **PAOLA ALIBERTI**,
tesoriere e responsabile assicurazioni
del Gruppo Pieralisi - consigliere di
Anra
e **MARCO PONZETTI**, responsa-
bile qualità, sicurezza, ambiente del
Gruppo Pieralisi

che rivoluziona i sistemi tradizionali di estrazione dell'olio. Negli anni '70, l'esperienza e il know-how acquisiti nel settore oleario spingono la proprietà a diversificare il business, con l'applicazione della forza centrifuga ai processi produttivi di molti settori industriali, specialmente nella chimica.

rio e dai rischi correlati a un'attività tipicamente incentrata nel settore agricolo. La produzione di impianti per i diversi settori industriali è diventata oggi una linea di business fondamentale, che garantisce una continuità produttiva durante tutto l'anno e che nello stesso tempo ha permesso a Pieralisi,

del 3% di fatturato costantemente investito in ricerca e innovazione.

Le specificità che generano rischi

Pur distinguendosi come azienda di massima rilevanza nel settore oleario, Pieralisi è esposta a una serie di rischi dipendenti da fattori esterni, che sfuggono al controllo diretto dell'azienda.

ne dei dazi in Russia ha portato l'azienda a rivedere la propria politica di investimento diretto in quel Paese.

Ci sono poi i rischi tipicamente correlati alla produzione agricola: i fattori climatici, quali la siccità, la grandine, la pioggia eccessiva, i batteri delle piante, come la *Xylella*, possono compromettere la raccolta e conseguentemente



influenzare la capacità finanziaria e la propensione del frantoiano a effettuare l'investimento in nuovi impianti. Quello dell'olio d'oliva è poi notoriamente un settore molto finanziato, soprattutto dalla Ue a supporto dei fondi regionali: con la crisi economica tali contributi sono stati sospesi o ridotti, frenando gli investimenti. In questo ambito il rischio finanziario ha un forte impatto, considerato che parte della clientela è costituita da cooperative agricole o piccoli imprenditori con difficoltà di accesso al credito. Non ultimo, dobbiamo annoverare il rischio *Property*, ultimamente legato al terremoto, anche se gli stabilimenti produttivi nell'area intorno a Jesi non ne hanno risentito in modo particolare.

Proattività nelle misure preventive

In Peralisi non è presente un sistema strutturato di risk management, ma l'azienda ha adottato una serie di iniziative che le permettono di prevenire situazioni di esposizione e di dare una direttrice di controllo complessivo in termini di rischio. In primo luogo, la scelta di diversificare i prodotti e l'internazionalizzazione hanno rappresentato un approdo sicuro, in termini di continuità della produzione e di certezza nei pagamenti. Inoltre la continua innovazione tecnologica perseguita dall'azienda consente di raggiungere standard sempre più alti in termini di resa e qualità dell'olio. Gli attuali sistemi di telecontrollo

riducono i costi di manutenzione e i fermi macchina, e aumentano la sicurezza negli ambienti di lavoro. In ambito finanziario, il rischio credito viene limitato attraverso un attento screening preliminare sulla solvibilità del cliente; la richiesta di anticipi e di garanzie, nonché la riserva di proprietà sui macchinari, contribuiscono a ridurre quasi a zero le perdite su crediti. L'azienda non è riuscita a trasferire tale rischio al mercato assicurativo poiché le caratteristiche dei propri crediti, principalmente per durata e tipologia dei clienti, non rendono possibile o conveniente la copertura assicurativa. La forza del gruppo è rappresentata da un brand riconosciuto nel settore e da una situazione di

consistente patrimonializzazione dell'azienda che le hanno permesso di fare fronte alle avversità successive alla crisi del 2008. Non ultimo, il profilo degli azionisti e la loro credibilità sul territorio garantiscono un rapporto di fiducia con gli stakeholder.

La certificazione come step evolutivo

In termini più ampi, i recenti approcci normativi impongono di mappare i processi e di adottare procedure specifiche atte a identificare, valutare e mitigare i rischi. A tal fine l'azienda sta adeguando le proprie procedure aziendali agli standard della nuova norma *iso 9007* edizione 2015: attraverso un approccio che parte dall'analisi del contesto, con il coinvolgimento dei singoli responsabili di processo, si promuoveranno le misure strategiche più idonee per l'accrescimento del business. L'auspicio è di condividere le informazioni raccolte anche con il mercato assicurativo al fine di ottenere coperture più efficaci e una riduzione dei costi. 1